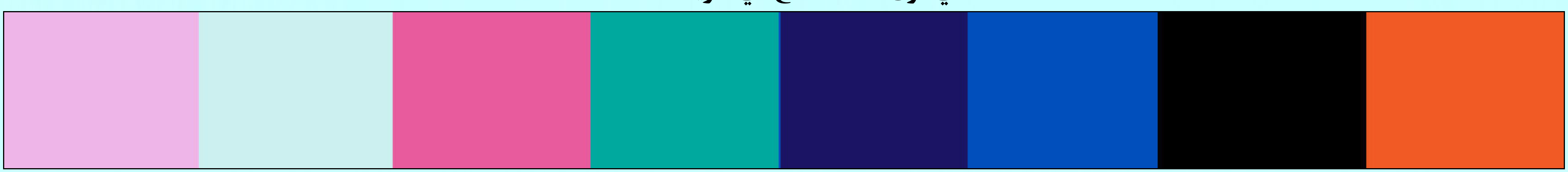
دليل استعمال الألوان في التسويق

حين ترى منتجا جديدا، يصدر عقلك اللاواعي حكمه عليه خلال **90 ثانية**

تؤكد أبحاث التسويق أن اللون له تأثير كبير جدا على قرار الشراء لدى العملاء، فهذا القرار يعتمد بنسبة تتراوح ما بين 62% إلى 90% فقط على اللون، بينما 85% من المشترين يضعون اللون كسبب أساس لشراء أي منتج. اللون وحده يزيد من قدرة الناس على التعرف على العلامات التجارية الشهيرة بنسبة 80%.

أصفر	أحمر	أزرق	أخضر	برتقالي	وردي	أرجواني	أسود
اشتريني	اشتريني	اشتريني	اشتريني	اشتريني	اشتريني	اشتريني	اشتريني
شبابي ومتفائل يستخدم عادة لجذب الانتباه في نوافذ العرض.	الطاقة والحيوية يشعرك بضرورة اتخاذ قرار سريع ويستخدم في التخفيضات.	الثقة والأمان ولذا تستخدمه عادة البنوك والشركات التي يتطلب التعامل معها الثقة.	يدل على الثراء والغنى، أسهل لون يمكن للعين ترجمته، ويستعمل ليشعر العملاء بالراحة.	محفز لاتخاذ قرار بالشراء أو البيع أو الاشتراك.	عاطفي وحريمي تستخدم حين تسوق للسيدات والشابات الصغيرات.	مريح للأعصاب، تستعمله مع منتجات التجميل ومقاومة عوامل السن.	قوي ومتين تستخدمه مع المنتجات الفاخرة والكمالية.

أي لون تستعمله مع أي شريحة عملاء



للمشترين العفويين، الذين يقررون الشراء في لحظة	للمشترين المحدودين بميزانية	استعملها مع المشترين التقليديين
للمحلات الصغيرة والتخفيضات والمطاعم السريعة	للبنوك والمحلات الكبيرة	لمحلات بيع الملابس

المصادر: موقع colormatters.com **من إعداد وإخراج:** رءوف شبايك@ **للمزيد** زر مدونة شبايك blog.shabayek.com